

Kunst Kommerz?

Design-Studenten treffen den
Massengeschmack

Angesichts der angespannten Arbeitsmarktsituation produziert der Designer-Nachwuchs bereits die Diplomarbeit mit Blick auf den potentiellen Arbeitgeber. Die meisten Hochschullehrer sind von dieser Entwicklung wenig begeistert.

Vor sieben oder acht Jahren war alles noch ganz anders. Ende der achtziger Jahre gab es sie noch, die widerborstigen Querdenker in der Masse der Design-Studenten. Damals fühlten sich viele noch als Teil einer künstlerischen Avantgarde, die mit ihren Arbeiten auch gesellschaftliche Veränderungen herbeiführen wollten. Nicht von ungefähr machten ausladende Rauminstallationen oder abstrakte, höchst komplexe „Gesamtkunstwerke“ einen ganz entscheidenden Teil der Examensarbeiten

aus. 1997 gilt das für Deutschlands Design-Studenten nicht mehr. „Individuelle Konzeptionen, die Reibungsflächen für eine ästhetische Auseinandersetzung bieten, werden zunehmend von Arbeiten abgelöst, die kommerziell orientiert und durchgestylt sind“, stellt der Dekan der Fachhochschule Münster, Prof. Dr. Dimitrij Werschbickij, fest. Integration in die bestehende Ästhetik – das sei derzeit das oberste Gebot unter Deutschlands Design-Nachwuchs, sagt auch Werschbickij

Kollege Prof. Dr. Marcus Herrenberger. Die Studierenden, so glaubt Herrenberger, reagierten damit zunehmend auf die Anforderungen, die heute von der Wirtschaft an sie gestellt würden. „Da gilt es, den Massengeschmack zu treffen.“ Astrid Lowak ist das beste Beispiel für diese These: Die Design-Studentin entwickelte im Rahmen ihrer Diplomarbeit einen Messestand für Porsche. Nach Abschluß ihrer Arbeit bedrängte sie das Porsche-Management in Stuttgart erfolgreich. Als die hohen Herren aus der Marketing-Abteilung schließlich bereit waren, die studentische Arbeit in Augenschein zu nehmen, kannte ihre Begeisterung fast keine Grenzen. Für das Jahr 2000 hat man Astrid Lowak ein „briefing“ in Aussicht gestellt. 2001 nämlich ändert Porsche turnusgemäß sein Ausstellungsdesign. Die Chancen, Lowaks Messestand dann in Detroit, Tokyo oder Genf im Einsatz zu sehen, stehen nicht schlecht. „Ein traumhafter Erfolg“, kommentiert die junge Designerin – wohlwissend, daß ihre Arbeit ganz auf die Anforderungen des potentiellen Arbeitgebers ausgerichtet war. Astrid Lowak ist kein Einzelfall. Hans Karl Bee entwarf in seiner Diplomarbeit ein Internet-Stadtmagazin für Berlin, das in der einschlägigen Szene auf große Anerkennung stieß. Der Designer arbeitet jetzt in einem Grafik-Büro in der Bundeshauptstadt. Ein drittes Beispiel ist Petra Harnack. Sie hat in Anlehnung an die Dachkonstruktion des Münchner Olympiastadions eine wandelbare Überdachung für die Freilichtbühne im westfälischen Städtchen Kattenvenne entwickelt. Die Theatermacher waren begeistert, löst die Idee der Münsteraner Studentin doch das Problem der Wetterabhängigkeit ebenso preiswert wie einfallreich. Finden sich Sponsoren, wird Petra Harnacks Abschlußarbeit realisiert. Die Hochschullehrer sehen die Entwicklung mit zwiespältigen Gefühlen. „Die Qualität der Arbeiten hat nicht gelitten“, sagt Prof. Dr. Marcus Herrenberger. Auch sei es verständlich, daß angesichts der angespannten Arbeitsmarktsituation das Studium immer mehr als eine Möglichkeit begriffen werde, sich für den Markt fit zu machen. Andererseits aber seien es gerade die kontroversen und eigenwilligen Arbeiten, die Diskussions- und Denkprozesse auslösten und unverwechselbar seien. In Münster hat man darauf reagiert. Demonstrativ ging der diesjährige Förderpreis des Fachbereichs an Silke Maria Brößkamp – für eine sperrige Rauminstallation...

Marc Hagedorn
Der Autor arbeitet als freier
Journalist in Münster.